

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	9
Capítulo 1 – O CÓDIGO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR COMO NORMA DE ORDEM PÚBLICA E INTERESSE SOCIAL.....	13
1.1. A efetividade do Código de Proteção e Defesa do Consumidor .....	14
Capítulo 2 – CRITÉRIO CIENTÍFICO PARA DISTINGUIR O CONSUMIDOR PROPRIAMENTE DITO DO CONSUMIDOR EQUIPARADO .....	20
2.1. Aspectos do art. 2º .....	21
2.2. Alcance dos arts. 17 e 29 .....	23
2.3. Definição de fornecedor e bancos como fornecedores .....	25
Capítulo 3 – A POLÍTICA NACIONAL DAS RELAÇÕES DE CONSUMO .....	32
3.1. O princípio do reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor .....	33
3.2. Meios de execução da política nacional das relações de consumo .....	34
Capítulo 4 – DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR.....	37
4.1. Informação .....	37
4.2. Os princípios da boa-fé objetiva e da transparência .....	39
4.3. Proibição da publicidade enganosa e abusiva.....	40
4.4. Conservação dos contratos com modificação das cláusulas abusivas.....	42
4.5. Facilitação da defesa do consumidor em juízo.....	43
4.5.1. A inversão do ônus da prova a critério do juiz.....	43
4.6. A prestação adequada e eficaz dos serviços públicos .....	44
Capítulo 5 – DA RESPONSABILIDADE PELO FATO DO PRODUTO E DO SERVIÇO.....	50
5.1. Sistema da responsabilidade objetiva .....	50

5.2. Defeito do produto e do serviço .....	51
5.3. As excludentes da responsabilidade civil .....	52
5.4. A responsabilidade do profissional liberal.....	53
Capítulo 6 – DO VÍCIO DO PRODUTO E DO SERVIÇO .....	56
6.1. Inadequação e impropriedade .....	58
Capítulo 7 – DA PRESCRIÇÃO E DECADÊNCIA.....	61
7.1. Causas obstativas e constitutivas do direito de reclamar .....	61
7.2. A prescrição à reparação pelos danos causados ao consumidor....	62
Capítulo 8 – DAS PRÁTICAS COMERCIAIS .....	65
8.1. A oferta no Código do Consumidor.....	65
8.2. Execução forçada da oferta.....	67
8.3. Publicidade .....	68
8.3.1. Princípio da fácil e imediata identificação da mensa- gem publicitária.....	68
8.3.2. Sistema de proibição da publicidade enganosa.....	69
8.3.2.1. Publicidade infantil .....	70
8.3.3. Ônus da prova .....	71
8.4. Das práticas abusivas .....	71
8.4.1. Prática abusiva – art. 39, III – envio de cartão de cré- dito sem solicitação do consumidor .....	73
Capítulo 9 – COBRANÇA DE DÍVIDAS .....	79
9.1. Critério para definição da cobrança no Código do Consumi- dor .....	79
Capítulo 10 – BANCOS DE DADOS E CADASTROS DE CONSU- MIDORES.....	82
10.1. Cadastros objetivos e verdadeiros .....	82
10.2. Abertura e inexatidão de cadastro.....	82
Capítulo 11 – DA PROTEÇÃO CONTRATUAL.....	85
11.1. Contratos que não obrigarão o consumidor .....	85
11.2. Conhecimento prévio do sentido e alcance das cláusulas contratuais.....	86
11.3. Interpretação favorável ao consumidor.....	88
11.4. Direito de arrependimento .....	89
11.4.1. Vendas feitas pela internet, em feiras, <i>stands</i> e expo- sições .....	89
11.5. Garantia contratual .....	90

Capítulo 12 – DAS CLÁUSULAS ABUSIVAS.....	93
12.1. Do sistema de nulidade.....	93
12.2. Princípio da conservação do contrato e modificação das cláusulas .....	94
12.3. Dos contratos de adesão.....	94
Capítulo 13 – DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS .....	97
13.1. Aplicação pelos órgãos de defesa do consumidor .....	97
13.2. Da contrapropaganda e multa .....	98
Capítulo 14 – DAS INFRAÇÕES PENAIS NO CÓDIGO DO CONSUMIDOR .....	101
14.1. Considerações gerais .....	101
14.2. Análise dos tipos penais no Código do Consumidor .....	102
Capítulo 15 – ASPECTOS DA DEFESA DO CONSUMIDOR EM JUÍZO.....	107
15.1. Efetividade do processo e acesso à justiça.....	107
15.2. Da desconsideração da personalidade jurídica .....	117
Capítulo 16 – CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	122
16.1. Sistema Nacional de Defesa do Consumidor em face da Política Nacional das Relações de Consumo .....	122
16.2. Convenções coletivas de consumo .....	124